

Coaching Estrategía Competitiva Sector Turístico

José Yecid Calderón Roa Código d5200563

Universidad Militar Nueva Granada

Notas del autor

José Yecid Calderón Roa, Especialización Alta Gerencia a Distancia, Universidad Militar Nueva

Granada

La correspondencia relacionada con el ensayo debe ser dirigida a José Yecid Caderón Roa,

Universidad Militar Nueva Granada

Email: d5200563@unimilitar.edu.co

Resumen

Dentro de los tipos de liderazgo, el coaching es uno de los que ha demostrado ser uno de los que generan mayores impactos positivos en las organizaciones, incrementa la productividad, optimiza la comunicación, genera ambientes de mayor compromiso en doble vía entre el colaborador y la empresa, aumenta la lealtad, disminuye el ausentismo laboral y desde el punto de vista de la alta gerencia, los obliga a ser más estratégicos en cada decisión tomada, teniendo como eje central el factor humano como el activo máspreciado de la organización, de ahí su importancia para sectores como el turístico, el cuál por ser un mercado que posee indicadores que varían constantemente, obliga a las organizaciones a implementar esquemas de contratación flexible que permitan acoplarse a las temporadas de alta, media y baja ocupación; sin embargo aunque estas decisiones corrigen el tema de costos laborales, afecta el servicio, debido a la rotación de personal y la poca capacidad de este tipo de esquemas de contratación a la hora de la retención del factor humano, el modelo de coaching empresarial está ligado a la retención de personal, y a la mejora de los procesos organizacionales, mediante la potencialización en cada puesto de trabajo, al mejorar los procesos organizacionales de una empresa del sector turístico, se mejora el servicio al cliente, aspecto básico para el éxito de este tipo de organizaciones, la teoría de las expectativas así como la teoría de los dos factores apalancan este modelo al demostrar su eficiencia y efectividad, desde la perspectiva organizacional, con respecto al cumplimiento de la Misión y Visión, desde el punto de vista del individuo, haciendo referencia al desarrollo personal, familiar y de relaciones con el entorno, en definitiva con este modelo se aplica el concepto, gana gana, individuo y organización, estos dos son los pilares para mejorar el servicio y productos finales en las empresas del sector turístico, los líderes que aplican este modelo se

concentran en el ser humano y se especializan en detectar y potencializar las metas individuales, alienandolas con las metas organizacionales.

Palabras clave: Coaching, factor motivacional.

Abstract

Within the types of leadership, coaching is one of those that has proven to be one of the most positive impacts on organizations, increases productivity, optimizes communication, creates two-way environments between employee and employee. Company, increases loyalty, decreases work absenteeism and from the point of view of senior management, forces them to be more strategic in every decision made, having as a central axis the human factor as the most valuable asset of the organization, from there Its importance for sectors such as tourism, which because it is a market that has constantly changing indicators, forces organizations to implement flexible contracting schemes that allow them to be coupled to high, medium and low occupancy seasons; Although these decisions correct the issue of labor costs, it affects the service, due to the turnover of personnel and the small capacity of this type of recruitment schemes when it comes to retaining the human factor, the business coaching model is linked To the retention of personnel, and to the improvement of organizational processes, through the enhancement of each job, improving the organizational processes of a company in the tourism sector, customer service is improved, a basic aspect for success of this type Of organizations, the theory of expectations as well as the theory of the two factors leverage this model by demonstrating its efficiency and effectiveness, from the organizational perspective, with respect to the fulfillment of the Mission and Vision, from the point of view of the individual, making Reference to personal development, family and relationships with the environment, in short with this model applies the concept, ga On the one hand, individual and organization, these two are the pillars to improve the service and final products in the companies of the tourism sector, the leaders who apply this model are concentrated in the human being and specialize in detecting and potentializing individual goals, alienandolas With organizational goals.

Contenido

Contenido

Resumen.....	2
Planteamiento del problema.....	7
Mejorar el clima organizacional mejora la eficiencia.....	8
Factores que influyen en el clima laboral	10
¿Y qué clima tiene mi empresa?	12
Buenas prácticas para atraer y retener a los mejores trabajadores.....	13
La motivación como factor organizacional y coaching.	14
Teoría de los dos factores.	17
Dinámica de la higiene.....	18
Teoría de las expectativas.	19
Ventajas del coaching empresarial.....	19
El coach.....	22
Estadísticas del coaching.	23
Conclusiones.....	24
Referencias.....	25

Planteamiento del problema

Las características del empleo en el sector hotelero a nivel mundial, se basan en su gran mayoría en contratos de tiempo por días y temporales, tipo de contratación que es viable para personas jóvenes con poca cualificación o estudiantes que laboran esporádicamente; escenario ideal desde el aspecto financiero, aunque alejado del servicio. A nivel nacional y municipal el espejo es el mismo; la alta gerencia tiene la obligación de cambiar la manera de plantear su plan de negocio y en lugar de pensar a menor ocupación, menos Ingresos y menos costo laboral, plantearlo desde la perspectiva, con personal mas cualificado, mayor costo laboral, mejor servicio, mayor ocupacion y por ende mayores ingresos; es necesario cultivar para recoger, y el modelo de liderazgo basado en el Coaching como factor motivacional es el camino a seguir, no hay que olvidar que los colaboradores son personas y no recursos que tomamos y dejamos según nuestra conveniencia, este modelo de liderazgo concentra sus recursos en analizar las metas personales de cada funcionario de la organización, y desarrollar planes de mejoramiento personal, de esta forma se obtiene un compromiso que aunque no esta escrito es mas fuerte que cualquier contrato laboral.

http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R01854_hotelero.pdf

Clima organizacional como factor de riesgo en la disminución de la eficiencia y compromiso de un colaborador.

El clima organizacional consiste en las percepciones que el colaborador tiene de la empresa, su estructura y procesos; en todas las organizaciones y en especial las que pertenecen al sector turístico, por ser empresas de servicios, el ser humano forma un papel fundamental, de su presencia, desempeño, motivaciones y aportes dependen la calidad del producto final,

sea tangible (alimentos, bebidas, suministros) o intangible (actitud, sonrisa, compromiso); si no se dimensiona que la dinámica entre individuo y entorno es la que determina su desempeño, se corre un alto riesgo de fracaso, es necesario apalancarse en el personal para llegar al éxito.

Como bien es sabido en las actividades en las que interviene el hombre, hay que tener en cuenta perspectivas física, psíquica y social, e implica pensamientos de control y toma de decisiones, de ahí que la persona que forma parte de una organización hace parte de los activos más valiosos.

Cuando los conceptos maquina y ambiente interactúan con el hombre se adaptan a las necesidades y capacidades del hombre sus acciones y actividades se desarrollan en forma óptima, el colaborador pasa de ser un buen trabajador a un excelente trabajador, términos que aunque son similares a nivel empresarial se diferencian, con base en el hecho de que un excelente colaborador es quien da más de lo que le solicita, “valor agregado”.

La clave está en encontrar el punto de equilibrio entre rentabilidad, reconocimiento y servicio, términos que desde el punto de vista financiero suelen estar distanciados, en algunas organizaciones del sector turístico la rentabilidad prima por encima del reconocimiento o del mismo servicio, es decir que si el reconocimiento disminuye la rentabilidad se omite o se disminuye su participación, mismo caso con el servicio.

En este trabajo se plantea que con un reconocimiento justo, se mejora el clima laboral, se obtiene mayor compromiso y eficiencia y esto redundará en un mejor servicio, ya para una empresa de servicios marcar diferencia en el servicio es un factor competitivo que genera mayor afluencia de clientes, mayores ventas y por consiguiente mayor rentabilidad.

Mejorar el clima organizacional mejora la eficiencia

Las empresas más exitosas, reconocen que las compañías son grupos de personas con

un objetivo común y que las personas son el factor clave para triunfar, en el mundo empresarial, hay conceptos que nos ayudan a entender de mejor manera el mundo de los negocios, uno de ellos es el clima laboral, en meteorología cuando se habla de clima se hace referencia a las características estables a lo largo de un periodo de tiempo en una ubicación geográfica específica; el clima laboral se refiere a las características estables a lo largo del tiempo, relacionado directamente con las relaciones interpersonales y las relaciones entre persona y empresa.

El clima laboral ha sido largamente estudiado, siendo uno de los primeros estudios al respecto el realizado en la planta Hawthorne de Western Electric, en Chicago, por Elton Mayo. En este estudio, se dividió al personal en grupos experimentales y se les sometió a cambios deliberados en la iluminación. La productividad subió, mas no de manera uniforme, pues la productividad subía, si se aumentaba la intensidad de la luz o si se disminuía. Posteriormente, hicieron otras pruebas, como aumentar el sueldo a algunos de los grupos, cambiar el descanso para otros, reducir la jornada laboral, etc. La productividad volvió a aumentar, más sin embargo, no de manera uniforme, y crecía o disminuía con el paso del tiempo.

Los investigadores se encontraban sumidos en un misterio, mas como dice la navaja de Ockham: “la explicación más sencilla tiende, generalmente, a ser la correcta”. Tomando este precepto en cuenta, los investigadores concluyeron que el personal aumenta su productividad cuando se les demuestra un “genuino interés”. Esto no significa que el ambiente físico no importe. ¿Cuántas veces no visitamos oficinas en donde el mobiliario tiene prácticamente 50 años, la pintura está en pésimas condiciones o la iluminación y ventilación es inadecuada? Esto además de generar decepción entre los empleados comunica al exterior un claro desinterés y falta de profesionalismo de la compañía en cuestión. Dejando de lado factores

como la falta de capacitación del personal, la falta de compromiso del mismo o las leyes laborales, el empresario que se interese realmente por el clima laboral de su empresa, que se ocupe en comprometerse con el personal, puede elevar en gran medida el grado de productividad y eficiencia en su negocio.

(<http://actualidadempresa.com/el-clima-laboral-y-organizacional/>)

(<http://info.simetrical.com/blog/clima-laboral-mayor-productividad>).

Factores que influyen en el clima laboral

En las empresas de sector turístico o de servicios, el producto final depende en gran parte del desempeño del personal que interviene en cada parte del proceso, de ahí la importancia de la relación que existe entre jefes y subordinados y su impacto en el ambiente laboral, y de este en la consecución de los objetivos de cada empresa. Dentro de la teoría administrativa existen muchos enfoques de liderazgo que se han ido formando a lo largo del tiempo, desde los enfoques autocráticos en donde el líder tiene todo el poder y toma todas las decisiones, hasta los enfoques más relajados en donde el líder solo supervisa el trabajo, sin preocuparse ni inmiscuirse demasiado en él. Ante esto, surge la pregunta:

¿cual es el mejor tipo de liderazgo?, muchos expertos han llegado a pensar que en estos tiempos en donde el cambio es lo único que permanece constante, lo mejor es contar con un liderazgo flexible y adaptable. Es decir, el líder deberá tener una amplia gama de actitudes ante las diferentes circunstancias; a veces se deberá ser fuerte, a veces comprensivo. Este es un tipo de liderazgo intuitivo que tiene como base el conocimiento del puesto del líder y de la organización misma. No debemos olvidar que la esencia misma del líder, es de aquella persona que conduce a un grupo de personas pretendiendo llevarlas a un fin exitoso.

(https://prezi.com/p0x_x1mv7vun/liderazgo-y-coaching/)

Liderar es a la vez servir, y servir es el arte supremo. Relaciones. Este factor se refiere al tipo de relaciones que se crean entre el personal. Lo ideal sería que la empresa o negocio, fuera un lugar en donde cada empleado realizara las actividades que más disfruta hacer, y por lo cual obtiene una remuneración. Sin embargo, en muchas ocasiones, el personal no gusta de lo que hace, y se centra en los errores de los demás o inclusive en sus problemas personales. Es importante buscar que las relaciones entre el personal sean sanas, pues esto afecta a su vez el ánimo de la empresa en general. Por lo tanto vigile las relaciones, y esté atento a disgustos y malentendidos entre el personal.

Implicación. Este factor se refiere al grado de compromiso que sienten los empleados hacia la empresa y que en muchas ocasiones está determinado por la percepción del compromiso que la empresa tiene para con sus empleados.

No está de más mencionar que se ha observado que las empresas en donde los empleados muestran mayor compromiso, son las que tienen la mejor calidad, las mejores ventas y la mejor productividad.

Está comprobado que cuando una persona cree que es bueno en alguna actividad, disfrutará al realizarla y lo hará cada vez mejor, lo que impactará su productividad. No se debe desaprovechar la oportunidad de reconocer al personal por cada trabajo bien realizado. Remuneraciones. En la actualidad, se ha notado que las empresas que tienen esquemas de remuneración estáticos son las que presentan mayor rotación entre su personal, pues al ganar siempre lo mismo se refuerza la actitud de que no importa el esfuerzo puesto en el trabajo, siempre se ganará lo mismo. En la actualidad muchas compañías están optando por esquemas de compensación dinámica en donde se premia de alguna forma el esfuerzo. Podría creerse que esto solo puede aplicarse a los departamentos de ventas, sin embargo puede ser aplicado a

cualquier departamento o empresa, pues cada uno debe tener sus metas y objetivos y en base a esto se puede crear un esquema que fomente en los empleados el deseo por esforzarse más.

Igualdad. Ante la ley, todos somos iguales sin distinción de sexo, raza o edad. Esto no significa que se deba dar el mismo trato a todo mundo, y lo que es más, no todas las personas reaccionan de la misma manera a los mismos estímulos. Dicho lo anterior, lo ideal es buscar la manera de otorgar las mismas oportunidades a todos sus empleados, siempre en igualdad de circunstancias. Es necesario evitar el favoritismo, ya que este fomenta envidias entre el personal y la discordia nunca es sana para el clima laboral.

El buen líder conoce a su personal y sabe como estimularlos, reconociendo los eslabones débiles y los pilares del grupo. (Ideas para Pymes.com)

¿ Y qué clima tiene mi empresa ?

El clima laboral, a pesar de ser un factor difícil de cuantificar, es determinante para el éxito de las empresas, una manera de descubrir el clima actual es a través de encuestas, entrevistas y dinámicas de grupo que se aplican al personal con la finalidad de obtener la percepción que tienen los empleados hacia la organización. El líder debe ser el primer interesado en generar un clima de tranquilidad y concordia, en donde se puedan crear las relaciones adecuadas entre el personal, sin confundir el respeto y la empatía con la camaradería, pues es claro que una empresa no es (regularmente) un lugar con ambiente de fiesta, y aunque es importante que el personal se sienta relajado y cómodo al realizar sus actividades, no se puede llegar al extremo de la irresponsabilidad y poca supervisión, lo anterior se puede corroborar con las palabras de un empresario, que dentro de sus logros esta, el ser reconocida su organización dentro de la lista de Forbes 100 y su marca como una de las tres más reconocidas del mundo junto con Coca-Cola y Nike: "Puedes soñar, crear, diseñar y

construir el lugar más maravilloso del mundo... pero se requiere de personas para hacer el sueño realidad" - Walt Disney.

Buenas prácticas para atraer y retener a los mejores trabajadores

Las organizaciones más exitosas del mundo se destacan por aplicar esta fórmula como mecanismo de crecimiento y consolidación, ser considerado un “buen empleador”, es una estrategia de mercadeo, comunicaciones y relaciones públicas, utilizada en las organizaciones en donde la dinámica de atracción y retención de los mejores trabajadores son clave para su éxito y permanencia dentro de un mercado específico.

(<http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/8-claves-para-retener-el-talento-humano>).

Tomando como experiencia a Pablo Londoño, socio de la firma CT Partners, quien basa su estrategia en un proceso de reclutamiento y selección manejado profesionalmente, dentro del cuál se destaca la utilización de un sistema que reta constantemente el talento, dirigido a que el colaborador gane integralidad, aumente su curva de aprendizaje y adicionalmente se complementen dichas acciones con una compensación adecuada, todo lo anterior conforma el escenario ideal para obtener un clima laboral favorable en pro de la consecución de los objetivos de una compañía.

Otro ejemplo es el de Juliana Vega, gerente de Recursos Humanos de Hays Colombia, quien asegura que hay organizaciones exitosas en este tema porque realizan procesos de capacitación y entrenamiento técnico, y le incluyen como objetivo adicional el desarrollo personal.

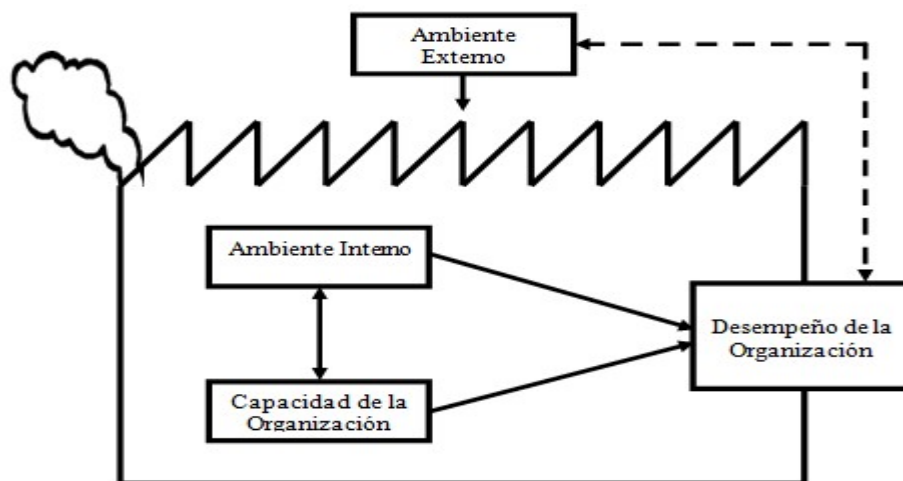
A lo anterior hay que adicionar tiempo para realizar actividades importantes como ir al médico, asistir a reuniones escolares de los hijos o sencillamente realizar una vuelta de banco

que no da espera, respetar el espacio personal de los empleados es muy importante dentro del campo corporativo.

En el país, de acuerdo con el estudio de Invamer Gallup, son varias las empresas que se destacan por su habilidad para atraer, desarrollar y mantener gente talentosa, en esta lista, están Bancolombia –a la vanguardia–, junto con Ecopetrol, Bavaria, EPM y Argos; y aunque son las más relevantes en esta categoría, existen otras organizaciones como Caracol, Claro, Procter & Gamble, Microsoft, Banco de Occidente y Corona, que también se destacan.

Estas compañías han entendido que una de las prioridades dentro de sus planes estratégicos de crecimiento y desarrollo es tener un recurso humano feliz y comprometido con los planes de la organización por eso les apuestan a políticas que benefician a sus trabajadores.

Con todo lo expuesto anteriormente se puede afirmar que una de las mejores formas para que una organización tenga crecimiento sostenible, es definir políticas direccionadas al desarrollo del capital humano e intelectual, como premisa hay que invertir en su gente. (Dinero.com, 2017)



(Gestiopolis.com).

La motivación como factor organizacional y coaching.

La motivación es el recurso que genera mayor productividad dentro de cualquier organización y en especial en empresas de servicios, según la Psicóloga María Cecilia Prego Galimberti, cuando nos cuestionamos que factores contribuyen a la hora de la evaluación del mejor rendimiento de una persona con respecto a otra desde lo laboral, surge como elemento crucial de respuesta: la motivación, claro está que hay variables individuales que actúan junto a lo motivacional como son la aptitud, experiencia, personalidad e inclusive su sistema de creencias, la virtud del líder es identificar las necesidades propias de cada persona, generar oportunidades de desarrollo personal para cada individuo, sin perder de vista que todas las acciones deben llevar al cumplimiento de la misión y visión corporativa, el modelo de coaching es ideal para lograr todo lo expuesto anteriormente, es importante resaltar que cuando se habla de motivación hay que tener en cuenta que es indispensable la conjunción de tres elementos básicos que se plantean para que el resultado se dé; la elección de un objetivo o meta y su aceptación, la intensidad del esfuerzo que se va proponer el individuo para el cumplimiento del objetivo y la perseverancia y el rigor de exigencia que le implicara al individuo el logro de esta meta, vale la pena aclarar que el tipo de motivación que el sujeto adopte para lograr su meta dependerá en gran medida de su personalidad; el principio activo de la energía impulsadora proviene prioritariamente del interior del sujeto y luego de su entorno, el cual es clave en el logro de la motivación, cuando se elaboran estrategias de influencia en este aspecto se debe enfatizar en el aspecto personal de cada ser humano, indagar que lo satisface, sus creencias, valores etc. y luego actuar desde lo organizacional.

No hay que olvidar que el entorno desde el aspecto motivacional, se refiere al tipo de estímulos que recibe la persona y que lo llevara a tener un mejor desempeño laboral, esta no solo puede provenir de parte de la organización, si no que además se ve influenciada por la

familia o amistades que actúan como estímulos, cuando estos se dan concomitantemente con lo organizacional, se refuerza este factor, reflejándose en lo laboral con una mejor performance o rendimiento del sujeto.

El coach tiene la obligación de intervenir en este aspecto, primero debe detectar que el sujeto esta desmotivado o este afectado en cierto grado, los síntomas pueden ser, un bajo rendimiento laboral que puede ir desde la calidad del trabajo que desarrolla el sujeto, el presentismo e inclusive el ausentismo, es indispensable tener claro cuales son las causas, para diseñar estrategias que minimicen sus efectos, un aspecto fundamental es que nunca un coach puede trabajar a nivel del aspecto motivacional sin antes buscar solucionar el problema de su desmotivación.

Las estrategias que utiliza el Coaching se basan en identificar cual es el sujeto que necesita motivar, desde su comportamiento laboral analizando sus hábitos y la influencia que tienen las personas allegadas al mismo, detectar aspectos referentes a su entorno familiar que puedan actuar interfiriendo en el factor motivacional a nivel laboral, observar la conducta del sujeto que le remitirá a un diagnostico de cómo es su personalidad, ya que la conducta es la expresión externa de la misma, evaluar cuáles son las necesidades del sujeto desde lo personal y en relación con el entorno en el que se desarrolla, ya sea familiar, laboral, etc., distinguir cual es el ámbito que se debe fomentar a partir de la identificación de cuál o cuáles son los factores de interferencia que provocan afectación de la motivación, desde lo empresarial en coordinación con la dirección o la gerencia, debe buscar implementar estímulos que mejoren este factor, uno puede ser, aumento de salario en base a proyectos, eficacia laboral, rendimiento y distribución de tiempos, etc. , reubicación del sujeto en un área laboral que sea más gratificante para el, prestaciones extras por aspectos como presentismo,

puntualidad, disposición al trabajo, generamiento de ideas innovadoras que favorezcan a la organización, facilitamiento desde lo familiar para que pueda desarrollarse como ser humano, en el caso de la mujer que es madre, disponer de una sección que le permita tener un lugar seguro y confiable donde dejar a su hijo mientras trabaja, hacer un seguimiento de la inferencia de los estímulos presentados a nivel organizacional desde la reacción del sujeto frente a los mismos; comprobación que se hará desde su comportamiento y actitud al desempeño laboral.

Teoría de los dos factores.

La Teoría de los dos factores, se concentra en Motivación e Higiene, la satisfacción es principalmente el resultado de los factores de motivación, la insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene, si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo. (Duarte, E. (27 de abril de 2002), (<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/15/la-teoria-de-herzberg/>)).

TEORÍA DE LOS DOS FACTORES



Dinámica de la higiene

La motivación es en el mundo actual un elemento importante en la administración de personal por lo que se requiere conocerlo, y más que ello, dominarlo, sólo así una empresa estará en condiciones de formar una cultura organizacional sólida y confiable en este aspecto, esta esta constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo; es decir, nos dirige para satisfacer la necesidad; es a la vez objetivo y acción, hay que tener claro que dentro de cualquier política, proceso y decisión, es indispensable valorar el capital humano como con toda la importancia que tiene dentro de una organización, muy lejos ha quedado la idea de que el trabajador no necesita motivación para desempeñar mejor su trabajo.

(http://brendyyleon.blogspot.com.co/2013_05_01_archive.html).

(<http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20>

[carrera%20de%20observacion/HERZBERG2.html](https://teoriasmotivacionales.wordpress.com/teorias-modernas-de-motivacion/teoria-de-carrera%20de%20observacion/HERZBERG2.html)).

Teoría de las expectativas

La teoría de las expectativas afirma que la fuerza de una tendencia a actuar en determinada forma depende de la fuerza de la expectativa, que el acto debe estar seguido por un resultado determinado y de lo atractivo que este resulte para el individuo, en conclusión esta teoría dice que un empleado se motiva para ejercer un alto nivel de esfuerzo cuando cree que ese esfuerzo llevará a la consecución de una meta, la cual puede llegar a ser una buena evaluación de su desempeño; y esta dar lugar a recompensas organizacionales, tales como bonificaciones, incrementos de salario o un ascenso; todo va dirigido a que el colaborador cree con firmeza que a mayor esfuerzo mayor serán las metas personales cumplidas. Méndez, R. (05 de junio de 2000).

[\(https://teoriasmotivacionales.wordpress.com/teorias-modernas-de-motivacion/teoria-de-expectativas/\)](https://teoriasmotivacionales.wordpress.com/teorias-modernas-de-motivacion/teoria-de-expectativas/)

Ventajas del coaching empresarial

De acuerdo con Dave Pughe Parry (2015), el coaching empresarial consiste en “mejorar y desarrollar habilidades en la vida, en los negocios, en sus relaciones de manera que las personas sean más felices, más productivas y capaces de alcanzar sus metas de una forma equilibrada”, afirmación que nos lleva a ver y entender las ventajas del coaching empresarial, se puede definir como el arte de dirigir, entrenar y motivar a los colaboradores de una organización, con el objetivo de mejorar y consolidar las estructuras y procesos internos, el eje es la persona como ser humano, que forma parte de un grupo con objetivos comunes, ya sea por área, por departamentom hasta llegar al cumplimiento de la Misión y Visión de una compañía, de ahí la importancia de inculcar y promover que cada uno de los miembros de la

organización, conozcan lo importantes que son para la consecución de tales objetivos, además de enseñarles que deben tener metas y la mejor manera de alcanzarlas es desarrollando y potencializando sus habilidades, evitando el fracaso y aumentando las probabilidades de llegar al éxito personal.

COACHING EMPRESARIAL



OBJETIVOS

Las cosas hechas por las personas

Alcanzar excelentes resultados y poder para hacerlo

El poder de la comunicación

Clima, medio y contexto que otorgue poder y genere resultados

Mas allá del liderazgo tradicional

Lograr altos niveles de productividad exigidos por el ambiente competitivo

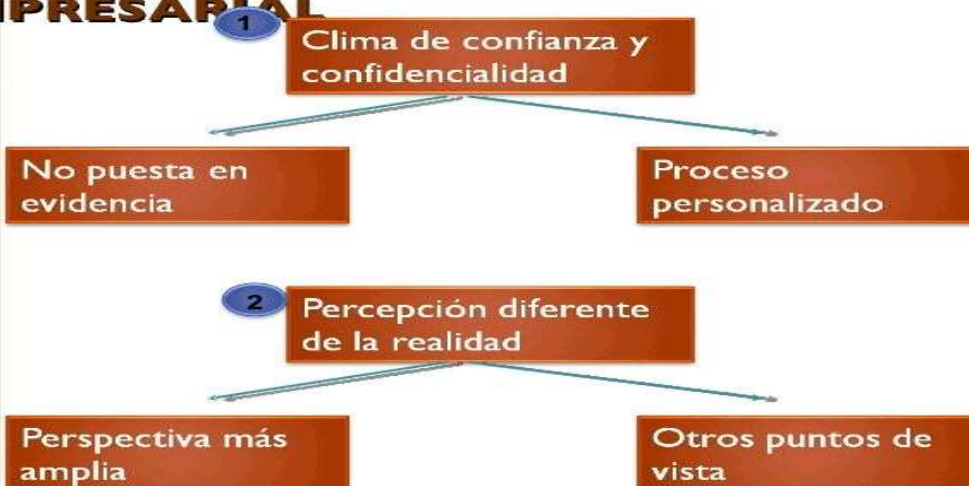
Ayudar a equipos dentro de la organización

Comprometerse con la visión de la empresa pensado de forma diferente

EJEMPLO

ESCENARIO	LIDERAZGO TRADICIONAL	LIDERAZGO COACHING
Visión de poder	La cuota de ventas	El liderazgo, ser campeón
Planeación	Anual/ trimestral/ mensual	Anual/ semanal/ diaria
Metas	Cumplir con las metas impuestas por la empresa	El liderazgo de la empresa en el mercado
Estilo de direccionamiento	Autoritario	Mediante el ejemplo
Disciplina	Normas y ordenes	Valores y ejemplo personal
Entrenamiento	Ocasional, sin objetivos de mediano y largo plazo	Diariamente, con objetivos concretos orientado al desempeño
Acompañamiento al terreno	Ocasional, para controlar, supervisar y dar ordenes	Diario para observar crecimiento y desarrollo para reformular planes de acción
Sistemas motivacionales	Económicos	Económicos, motivación y desarrollo de carrera.
Sistemas de trabajo	Individual	Trabajo en equipo

VENTAJAS DEL COACHING EMPRESARIAL



Otro término que hay que definir es:

El coach

Para que una persona que tiene bajo su responsabilidad el manejo de colaboradores dentro de una empresa, tenga como directriz convertirse en un coach para su equipo de trabajo, debe cumplir con ciertos requisitos, como es el ser una persona positiva, entusiasta, comprensiva más no permisiva, además es indispensable que tenga confianza en su pupilo de tal forma que lo pueda orientarlo hacia la meta propuesta, la paciencia es una característica indispensable para quien desempeñe este rol.

El coach debe reflejar para su pupilo que no es un amigo, es un espejo, no es un confesor es un facilitador, no es un consejero es alguien generoso, no es un consultor es alguien que ayuda a descubrir, no es una estrella es alguien que ayuda a desarrollar, no es un protagonista es alguien centrado en los efectos, no es un Psicólogo es un catalizador.

<http://www.cexponencial.com/coaching>

<http://es.slideshare.net/talentohumano36/coachin-empresarial>

Estadísticas del coaching

Este modelo de liderazgo esta apalancado en investigaciones tales como la liderada por la empresa FORTUNE 500 y la consultora Metriz Global en el año 2007, en la cuál se destacan los siguientes indicadores:

- Relaciones laborales con reportes directos 77%.
- Relaciones laborales con supervisores inmediatos 71%
- Trabajo en equipo 67%
- Satisfacción con el trabajo 61%
- Reducción de conflictos 52%
- Compromiso con la empresa 44%
- Relaciones laborales con el cliente 37%

Tomando como base los indicadores antes mencionados, podemos asegurar que los procesos basados en coaching, van dirigidos hacia la mejora continua, apuntando todos sus esfuerzos a la calidad de los mismos, el transformar metas individuales en expectativas posibles de alcanzar, y al convertirse la empresa en un facilitador para su cumplimiento, ayuda a que las conductas individuales reflejen mayor compromiso con las metas empresariales y por ende potencialize a la organización desde su base, que son sus colaboradores, hasta los miembros de la alta gerencia.

El objetivo principal del ensayo es demostrar que el coaching es una ventaja competitiva, al mejorar los procesos de las organizaciones y marcar diferencia con respecto a la competencia.

Conclusiones

El conformar un equipo de trabajo exitoso está definido en gran parte desde la planeación, conformación y de la capacidad del líder para convocar y dirigir a los miembros hacia unos objetivos y metas claras, con roles definidos, permitiendo escenarios de participación grupal, de tal forma que logre despertar entre los miembros el sentido de pertenencia, olvidando los protagonismos individuales y pensar más en los objetivos como grupo.

El líder debe garantizar un buen clima laboral, y resaltar cuantas veces sea necesario la importancia que tiene, que ha tenido y que tendrá cada miembro del equipo, esto conlleva a aumentar la motivación, y por ende la productividad, eficiencia y eficacia de los procesos desarrollados a nivel interno; una realidad es que la suma de procesos eficientes y eficaces son garantía para alcanzar en éxito de todo lo que se planea, desarrolla y ejecuta a nivel organizacional o personal.

Tal como lo dicen las estadísticas y expertos como Peter Drucker (2015), “Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente”, el tomar la decisión de implementar el coaching empresarial en empresas del sector turístico y en general en cualquier organización sin importar a que se dedique es la mejor forma de optimizar resultados, obtener mayor rentabilidad y al mismo tiempo recibir y generar valores agregados entre la relación trabajadores y empresa, estos deben ser en doble vía, en búsqueda del equilibrio necesario para el cumplimiento de los objetivos principales que busca esta metodología.

Referencias

http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_hispanoamericanos_psicologia/volumen9_numero1/articulo_6.pdf

<http://www.ideasparapymes.com/contenidos/diagnostico--clima-laboral-pyme.html>

<http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/las-organizaciones-mas-exitosas-colombia/202112>

<http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>

http://brendyyleon.blogspot.com.co/2013_05_01_archive.html

Duarte, E. (27 de abril de 2002). sigma. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de sigma:

<http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carre%20de%20observacion/HERZBERG2.html>

Méndez, R. (05 de junio de 2000). Pensamiento imaginativo. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de Pensamiento imaginativo:

<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/619711/Motivacion-El-Modelo-de-Expectativas-de-Victor-Vroom.html>

<http://es.slideshare.net/talentohumano36/coachin-empresarial>

http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R01854_hotelero.pdf

https://prezi.com/p0x_x1mv7vun/liderazgo-y-coaching/

<http://www.cexponencial.com/coaching>

<https://teoriasmotivacionales.wordpress.com/teorias-modernas-de-motivacion/teoria-de-expectativas/>

<http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/administracion/admon1/pags/juego%20carrera%20de%20observacion/HERZBERG2.html>

<http://actualidadempresa.com/el-clima-laboral-y-organizacional/>

<http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/8-claves-para-retener-el-talento-humano>

<http://info.simetrical.com/blog/clima-laboral-mayor-productividad>

<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/15/la-teoria-de-herzberg/>